

Indice

Introduzione, Dario Edoardo Viganò	15
Approccio I. Storia della comunicazione	19
Storia della comunicazione, <i>Massimo Baldini</i>	21
AMBITO 1: La poesia. Nascita e funzioni, <i>Donatella Marucci</i>	38
FOCUS: Cultura orale e civiltà della scrittura, <i>Gabriele De Veris</i> / FOCUS: Oralità primaria e oralità secondaria, <i>Gabriele De Veris</i>	
AMBITO 2: La storia delle biblioteche, <i>Lorenzo Ugolini</i>	50
FOCUS: La nascita del libro, <i>Valeria Lupo</i> / FOCUS: L'uomo tipografico, <i>Marica Spalletta</i>	
AMBITO 3: Stampa e censura, <i>Marica Spalletta</i>	67
FOCUS: Le libertà di opinione e di espressione, <i>Marica Spalletta</i> / FOCUS: Gli indici dei libri proibiti, <i>Valeria Lupo</i>	
AMBITO 4: La nascita dei giornali, <i>Paolo Scandaletti</i>	84
FOCUS: L'oggettività dell'informazione, <i>Dario Antiseri</i> / FOCUS: Modelli di giornalismo, <i>Paolo Mancini</i>	
AMBITO 5: Il fotogiornalismo, <i>Paolo Peverini e Marica Spalletta</i>	104
FOCUS: Grammatica della fotografia ed etica della visione, <i>Ilaria Della Corte</i> / FOCUS: La teoria dell'istante decisivo, <i>Ilaria Della Corte</i>	
AMBITO 6: La multimedialità, <i>Paolo Peverini</i>	125
FOCUS: Forme della testualità collettiva nella galassia elettronica, <i>Paolo Peverini</i> / FOCUS: L'era del tag, <i>Paolo Peverini</i>	
AMBITO 7: L'informazione online e il blog, <i>Sara Peticca</i>	140
FOCUS: Manuel Castells e i valori della cultura di Internet, <i>Sara Peticca</i> / FOCUS: L'intelligenza connettiva, il valore del link e la credibilità dell'informazione online, <i>Sara Peticca</i>	
AMBITO 8: La storia della pubblicità, <i>Lorenzo Ugolini</i>	158
FOCUS: Persuasori occulti vs persuasori disarmati, <i>Lorenzo Ugolini</i> / FOCUS: L'avvento della marca-star, <i>Lorenzo Ugolini</i>	

Approccio II. Forme della comunicazione mediale	177
Forme della comunicazione mediale, <i>Mariagrazia Fanchi</i>	179
AMBITO 1: Newsmaking e linguaggi del giornalismo. Alcune questioni di sociologia dell'informazione, <i>Francesco Giorgino</i>	194
FOCUS: L'albero epistemologico del newsmaking. Valori, criteri e fattori di notiziabilità, <i>Francesco Giorgino</i> / FOCUS: Il TG e i criteri di notiziabilità, <i>Piero Damosso</i>	
AMBITO 2: Linguaggio cinematografico, <i>Giovanni Curtis</i>	215
FOCUS: L'inquadratura, <i>Corrado Punzi</i> / FOCUS: Il montaggio, <i>Corrado Punzi</i>	
AMBITO 3: I linguaggi della televisione, <i>Paola Abbiezzi</i>	236
FOCUS: La televisione multiplatforma, <i>Elisabetta Locatelli</i>	
AMBITO 4: Il linguaggio radiofonico, <i>Francesca Cassola</i>	249
FOCUS: L'informazione radiofonica, <i>Luigi Tornari</i>	
AMBITO 5: Il linguaggio delle imprese, <i>Rossella C. Gambetti</i>	259
FOCUS: Comunicazione virale, <i>Valentina Giagnoni</i> / FOCUS: User generated content, <i>Stefania Vitulli</i>	
AMBITO 6: Il linguaggio pubblicitario, <i>Maria Luisa Bionda e Alberto Bourlot</i>	280
FOCUS: Usi non-convenzionali di strumenti tradizionali, <i>Alberto Bourlot</i>	
AMBITO 7: Il linguaggio della Rete informatica, <i>Ivan Montis</i>	295
FOCUS: La fruizione audiovisiva in mobilità, <i>Sara Sampietro</i>	
Approccio III. Economia e management della comunicazione	307
Economia e management della comunicazione, <i>Giuseppe Richeri</i>	309
AMBITO 1: Media e copyright: una questione di economia, <i>Daniele Doglio</i>	329
FOCUS: Il nodo irrisolto della remunerazione dei contenuti su Internet, <i>Daniele Doglio</i>	
AMBITO 2: Economia della radio e della televisione, <i>Francesco Devescovi</i>	344
FOCUS: Il ruolo delle concessionarie e dei centri media nel mercato pubblicitario italiano, <i>Laura Francia</i>	
AMBITO 3: Economia del cinema e degli audiovisivi, <i>Matteo Zara</i>	361
FOCUS: Il product placement cinematografico. Quando i prodotti diventano attori, <i>Paola Mazzaglia</i> / FOCUS: Promozione cinematografica: il ruolo del trailer, <i>Federico Bagnoli Rossi</i>	

AMBITO 4: Industria e mercato dei beni musicali, <i>Paolo Prato</i>	381
FOCUS: Musica mobile, <i>Paolo Prato</i>	
AMBITO 5: Gestione delle organizzazioni culturali, <i>Sara Bonini Baraldi</i>	392
FOCUS: Il marketing territoriale, <i>Massimiliano Bortolomioli</i>	
AMBITO 6: L'impatto della pubblicità sulla sfera economica. L'impatto economico della pubblicità, <i>Daniele Pittèri</i>	408
FOCUS: Economie e politiche della pubblicità in TV: 1954-2008, <i>Daniele Pittèri</i> / FOCUS: L'acquisto d'impulso, <i>Ramon Dos Santos Sembianza</i>	
AMBITO 7: Economia dei new media/digital media, <i>Luca Rossi</i>	424
FOCUS: Creative Commons, <i>Luca Rossi</i>	
Approccio IV. Semiotica e scienze dei linguaggi	439
Semiotica e scienze dei linguaggi, <i>Ruggero Eugeni</i>	441
AMBITO 1: Semiotica dell'immagine, <i>Glenda Franchin</i>	458
FOCUS: Semiotica della fotografia, <i>Daniele Milesi</i> / FOCUS: Semiotica del fumetto, <i>Matteo Stefanelli</i>	
AMBITO 2: Semiotica dei media audiovisivi, <i>Paolo Peverini</i>	476
FOCUS: Semiotica del cinema: gli approcci sociosemiotici, <i>Mauro Resmini</i> / FOCUS: Semiotica e fiction televisiva, <i>Cecilia Penati</i> / FOCUS: Semiotica della pubblicità, <i>Sara Sampietro</i> / FOCUS: Semiotica del telegiornale, <i>Luca Barra</i>	
AMBITO 3: Semiotica dei media digitali, <i>Nicoletta Vittadini</i>	506
FOCUS: Semiotica e web 2.0, <i>Elisabetta Locatelli</i> / FOCUS: Semiotica del videogame, <i>Matteo Tarantino</i>	
AMBITO 4: Semiotica dei processi culturali, <i>Alice Cati</i>	524
FOCUS: Semiotica della narrazione, <i>Cristina Tosatto</i> / FOCUS: Semiotica dell'architettura, <i>Cristina Tosatto</i> / FOCUS: Semiotica degli oggetti, <i>Miriam De Rosa</i> / FOCUS: Semiotica e design, <i>Miriam De Rosa</i>	
AMBITO 5: Semiotica dell'esperienza, <i>Ruggero Eugeni</i>	551
FOCUS: Semiotica e scienze neurocognitive, <i>Adriano D'Aloia</i> / FOCUS: Semiotica e memoria, <i>Alice Cati</i> / FOCUS: Semiotica e identità, <i>Glenda Franchin</i> / FOCUS: Semiotica e spazialità, <i>Miriam De Rosa</i>	
Approccio V. Sociologia della comunicazione	579
Sociologia della comunicazione, <i>Marco Accorinti</i>	581
AMBITO 1: La comunicazione interpersonale, <i>Marco Accorinti</i>	598
FOCUS: Socializzazione e comunicazione, <i>Maria Francesca Posa</i>	

AMBITO 2: Evoluzione degli studi di comunicazione di massa, <i>Elisabetta Caporello</i>	615
FOCUS: La sociologia delle comunicazioni di massa, <i>Marco Accorinti</i> / FOCUS: Memoria e comunicazione, <i>Elisabetta Caporello</i>	
AMBITO 3: La metodologia della ricerca nelle comunicazioni di massa, <i>Lucia Ciampi</i>	634
FOCUS: Inchieste, sondaggi, interviste, <i>Francesca Dota</i>	
AMBITO 4: Sociologia dei new media, <i>Marco Boccia</i>	652
FOCUS: Comunicazione e informazione, <i>Marco Accorinti</i>	
AMBITO 5: La comunicazione istituzionale, <i>Laura Franceschetti</i>	667
FOCUS: La Responsabilità sociale di impresa, <i>Daniela Ferrazza</i> / FOCUS: Il bilancio sociale, <i>Daniela Ferrazza</i> / FOCUS: La comunicazione di crisi, <i>Massimiliano Padula</i>	
AMBITO 6: Società e comunicazione, <i>Silvia Lucciarini</i>	698
FOCUS: Città e comunicazione, <i>Alberto Violante</i> / FOCUS: La società e le differenze culturali, <i>Lucio Pisacane</i>	
 Approccio VI. Psicologia della comunicazione	 719
Psicologia della comunicazione, <i>Alessandro Amadori</i>	721
AMBITO 1: La fiaba come “strumento” comunicativo: interazioni e relazioni fra verbale e non verbale, <i>Chiara Palazzini</i>	741
FOCUS: La percezione interpersonale, <i>Alessandra Frigerio</i> / FOCUS: La comunicazione non verbale, <i>Maurizio Luvizone</i>	
AMBITO 2: Psicologia dei media, <i>Oddone Demichelis</i>	759
FOCUS: Psicologia della radio, <i>Cinzia Manfredi</i> / FOCUS: Psicologia della multimedialità, <i>Cinzia Manfredi</i>	
AMBITO 3: Comunicazione, organizzazione e coaching, <i>Gabriele Squillaci</i>	783
FOCUS: L'empowerment, <i>Gabriele Squillaci</i>	
 Approccio VII. Educazione mediale	 799
Educazione mediale, <i>Pier Cesare Rivoltella</i>	801
AMBITO 1: Pedagogia “dei” media, <i>Filippo Ceretti</i>	816
FOCUS: Media Education, <i>Alessandra Carenzio</i> / FOCUS: Nuovi media per la formazione, <i>Alessandra Carenzio</i>	
AMBITO 2: Tecnologia dell'educazione, <i>Paolo Ardizzone</i>	839
FOCUS: E-learning, <i>Andrea Garavaglia</i> / FOCUS: Strategie della comunicazione in aula, <i>Chiara Marazzi</i>	

Approccio VIII. Teologia della comunicazione	857
Teologia della comunicazione, <i>Dario Edoardo Viganò</i>	859
AMBITO 1: Chiesa e media nella società dell'informazione: sfide e tensioni, <i>Mariano Ure</i>	869
FOCUS: Pio XII e il cinema, <i>Dario Edoardo Viganò</i> / FOCUS: Comunio et progressio, <i>Marco Sozzi</i>	
AMBITO 2: Direttorio sulle comunicazioni sociali Comunicazione e Missione, <i>Claudio Giuliadori</i>	888
FOCUS: L'animatore della cultura e della comunicazione, <i>Adriano Bianchi</i> / FOCUS: L'omelia, <i>Dario Edoardo Viganò</i>	
AMBITO 3: Il religioso nei media, <i>Alberto Bourlot</i>	910
FOCUS: Il cinema cristologico, <i>Alberto Bourlot</i> / FOCUS: La fiction religiosa tra ricerca d'autore e scrittura popolare, <i>Giorgio Simonelli</i>	
AMBITO 4: Chiesa, comunicazione e media. Dal Concilio Vaticano II ai messaggi del papa su YouTube, <i>Dario Edoardo Viganò</i>	931
FOCUS: I media cattolici, <i>Luca Gentili</i> / FOCUS: Ufficio stampa ecclesiale, <i>Marc Carroggio</i> / FOCUS: La comunicazione dell'8 per mille, <i>Paolo Mascarino</i>	
AMBITO 5: Progetto culturale orientato in senso cristiano, <i>Francesco Bonini</i>	960
FOCUS: Centri culturali cattolici, <i>Ernesto Diaco</i> / FOCUS: Sale della comunità, <i>Dario Edoardo Viganò</i>	
 Approccio IX. Etica della comunicazione	 983
Etica della comunicazione, <i>Adriano Fabris</i>	985
AMBITO 1: Etica del giornalismo, <i>Mariano Ure</i>	1006
FOCUS: I codici deontologici, <i>Lisa Macchioni</i> , <i>Veronica Neri</i> e <i>Federico Nobili</i>	
AMBITO 2: Etica della televisione, <i>Lisa Macchioni</i>	1019
FOCUS: Violenza televisiva, <i>Guido Gili</i>	
AMBITO 3: Etica della comunicazione pubblicitaria, <i>Veronica Neri</i>	1038
FOCUS: Le immagini in televisione, <i>Veronica Neri</i>	
AMBITO 4: Etica della comunicazione ambientale, <i>Federico Nobili</i>	1054
FOCUS: La comunicazione nell'ambito delle certificazioni di qualità ambientale, <i>Federico Nobili</i>	

<p>AMBITO 5: Etica delle nuove tecnologie, <i>Antonio Iossa</i> FOCUS: Le nuove tecnologie nella pubblica amministrazione, <i>Antonio Iossa</i></p>	<p>1066</p>
<p>AMBITO 6: Etica della comunicazione pubblica, <i>Lisa Macchioni, Veronica Neri e Federico Nobili</i> FOCUS: La legge 7 giugno 2000, n. 150, <i>Lisa Macchioni, Veronica Neri e Federico Nobili</i></p>	<p>1082</p>
<p>Approccio X. Comunicazione e politica</p>	<p>1091</p>
<p>Comunicazione e politica, <i>Michele Sorice</i></p>	<p>1093</p>
<p>AMBITO 1: Effetti e audience, <i>Michele Sorice</i> FOCUS: Agenda Setting, <i>Michele Sorice</i> / FOCUS: Microeffetti e mediatizzazione, <i>Michele Sorice</i></p>	<p>1112</p>
<p>AMBITO 2: Opinione pubblica, <i>Guido Gili</i> FOCUS: Società civile, <i>Rocco D'Ambrosio</i> / FOCUS: Etica politica, <i>Rocco D'Ambrosio</i></p>	<p>1135</p>
<p>AMBITO 3: E-politics. Media e partecipazione, <i>Francesca Pasquali</i> FOCUS: Social networking, <i>Davide Bennato</i> / FOCUS: Movimenti, <i>Monica Di Sisto</i></p>	<p>1166</p>
<p>AMBITO 4: Marketing politico, <i>Emiliana De Blasio</i> FOCUS: Leaderizzazione, <i>Edoardo Novelli</i> / FOCUS: Spin doctor, <i>Daniele Di Veroli</i></p>	<p>1185</p>
<p>AMBITO 5: Manipolazione, <i>Guido Gili</i> FOCUS: Campagne e propaganda, <i>Edoardo Novelli</i> / FOCUS: Campagna permanente, <i>Edoardo Novelli</i></p>	<p>1201</p>
<p>AMBITO 6: Informazione politica, <i>Monica Di Sisto</i> FOCUS: Political media events, <i>Edoardo Novelli</i></p>	<p>1221</p>
<p>AMBITO 7: Servizio pubblico radiotelevisivo, <i>Matthew Hibberd</i> FOCUS: Accesso, <i>Emiliana De Blasio</i> / FOCUS: Conflitto di interesse, <i>Matthew Hibberd</i></p>	<p>1234</p>
<p>AMBITO 8: Linguaggio della politica, <i>Massimo Arcangeli</i> FOCUS: Linguaggio della telepolitica, <i>Massimo Arcangeli</i></p>	<p>1254</p>
<p>Indice dei nomi</p>	<p>1277</p>